

UOT: 31.

KBT: 91.9:6

MJ № 192

Sosiologiyada anketlərin tərtibi və sorğuları gerçəkləşdirmə metodları barədə

Zahid Əliyev*

Abstrakt. Son onilliklərdə əhalinin müəyyən tələbatlarının nəzərə alınması şərtilə sorğuların keçirilməsi və anketlərin tərtibi geniş vüsət almışdır. Lakin bununla yanaşı sosiologiya elmində belə metodların tətbiqi müəyyən məhdudiyyətlərlə müşayiət olunur.

Gənclər və orta nəsil nümayəndələrinin cəmiyyətdə baş verən xəbərlər haqqında məlumat topladığı sosial şəbəkələr belə anketlər və sorğuların tətbiqinə təsir edə bilməmişdir. Bəzi məlumat vasitələrində belə sorğu metodikası hazırda da dəyişilməz qalmaqdadır.

Sosial tədqiqatlarda tətbiq edilən anket və sorğular sosial proseslərin qəbul edilməsi və anlaşılməsində vacib amillərdən olsa da əldə edilən nəticələri dəqiq, səhsiz və obyektiv hesab etmək doğru deyil. Lakin mənbə olaraq əldə edilən bu məlumat cəmiyyətdəki hadisələr və qarşılıqlı münasibətlərin izahı baxımından çox dəyərli və aktualdır.

Açar sözlər: anket tərtibatı, sorğu sualları, sənədlər, araşdırma növləri

1.Giriş

Sosial sistemlərin, konkret cəmiyyətlərin inkişafının qanunauyğunluqları və fəaliyyətinin, sosial institutların ümumi strukturunun, qarşılıqlı əlaqə və təsirinə, həyata tətbiq edilmə mexanizminin; bu qanunauyğunluqların şəxsiyyətlərin, sosial qrupların fəaliyyətindəki təsirinə empirik, nəzəri cəhətdən öyrənən sosiologiya elminin metodlarından biri anketlərin tərtibi və sorğuların keçirilməsidir. Hər iki metodun yerinə yetirilmə səbəbi sosiologiya elminin ayrı-ayrı problemlərinin həlli yollarını tapmaq üçün xüsusi araşdırmalardan ibarətdir. Daha konkret, anketlərin tərtibi, sorğunun keçirilməsi faktoloji, sənədli materialları toplamaqla, sosial aləmdə mövcud olan və tez-tez dəyişən empirik faktorları qeydiyyata almaqdır.

* AMEA Fəlsəfə və Sosiologiya İnstitutunun dissertantı, Beynəlxalq Tədris və Elmin İnkişafı Akademiyasının "Sosial- psixologiya" bölməsinin rəhbəri və müəllimi; Bakı, Azərbaycan

E-mail: zahidaliyev061@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-7340-2962>

Məqaləyə istinad: Əliyev, Z. [2023] Sosiologiyada anketlərin tərtibi və sorğuları gerçəkləşdirmə metodları barədə. "Metafizika" jurnalı, 6(4), səh.139-149.

Məqalənin tarixçəsi:

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur: 23.09.2023

Təkrar işlənməyə göndərilmişdir: 26.10.2023

Çapa qəbul edilmişdir: 01.12.2023

Sosiologiya elminin göstərdiyimiz metodlarının özəlliyi ondan ibarətdir ki, əldə edilən məlumatlar ümumi nəzəri xarakter daşısa da, onların praktikada tətbiqi öncədən nəzərdə tutularaq, nəzərə alınır. Demək, yalnız sosial həyatda problem olan, həllini gözləyən mühüm problem və ya məsələlərin təcili həlli üzrə bu işlər həyata keçirilir. Məhz bu özəlliklərinə görə, yəni hər zaman insan cəmiyyətində mövcud problemləri üzə çıxarma və həlli yollarını elmi cəhətdən axtarmaqla, sosioma təklif olunan yollarla yardım etməyin əsas predmeti olan sosiologiyanın bir elmi sahəsi kimi digər elmlərdən fərqi vardır. Sosioloji araşdırmaların son nəticələrinin iki növü vardır:

2.Sosioloji növlər

Birinci növ- sosiologiya elmi üçün ənənəvi olsa da, digər elmlərə nisbətən qeyri-standart problemlərin göstərilən metodlarla dəqiq təyin edilməsi;

İkinci növ - göstərilən metodlar vasitəsilə əldə edilən məlumatları seçilən problemlərin mövcud olduğu sahələrdəki idarəçilik orqanlarına birbaşa təqdim etmək.

Birinci növə aid olan məlumatlar sistemi sırf bilik, mənbə xarakteri daşıyaraq konkret sahələri, məsələn gənclərin mədəniyyəti, marjinalıq və s. əhatə edərək, nəzəri tipli informasiyaların daşıyıcısı hesab olunur. Bu məlumatların özəlliyi prinsipial olaraq, yeni olmaları ilə əlaqədardır. Məlumatlar praktik həyata yönəldilərək, son nəticədə ümumiləşdirmə üsulu ilə yekunlaşdırılır.

İkinci növə daxil olan məlumatların əsas kriteriyaları praktik olmaqdan başqa, aktualılıqla əlaqəlidir, yəni hansısa elmi, prinsipli yeniliklər tələb etmir. Bu məlumatlar idarəçilik məlumatı xarakteri daşıyır. Bununla da, II tip sosioloji araşdırmalar nəzəri-tətbiqi araşdırmalar olaraq, konkret sahələrdəki mühüm problemlərin həllinə yönəltmək üzrə həyata keçirilir. Bu problemlər hansısa bir sahədə kiçik insan qruplarına aid olmur. Daha çox bütün cəmiyyəti narahat edən, inkişafa maneəçilik törədən problemlər olur. Məsələn, gənclər problemi üzrə alkoqolizm və narkomaniyanın geniş miqyasda yayılması, siyasi mədəniyyətə meyilliliyin səbəblərinin öyrənilməsi, qadınlara qarşı zorakılığın ilkin dövrdə profilaktikasının aparılma formaları və s.

Bu növ araşdırmaların tətbiqini “mühəndis çalışmaları” kimi də adlandırmaq olar, yəni belə problemlərin sosioloji araşdırması müvafiq dövlət təşkilatları tərəfindən sifariş edilir, sonra sosioloji qruplar tərəfindən əvvəlcə kağızda yerinə yetirilir, sonra tətbiqinə sifarişçi tərəfindən başlanılır. Demək:

1. Tətbiqi nəzərdə tutulan sosioloji araşdırmalarda sifarişçi öncədən rəhbərlik etdiyi təşkilatda, yaxud bələdiyyə ərazisində problemin səbəblərini öyrənmək üçün həm öz əməkdaşları, həm də əhali arasında anketlərlə sorğu keçirir və müvafiq maarifləndirici işlər yerinə yetirir;

2. Əgər bu proses ilk dəfə həyata keçiriləcəksə, qeyri-standart, orijinal, savadlı suallarla zəngin analizlərin tərtibi daha yaxşı nəticələr əldə etməyə imkan verər;

3. Yekun sənəd, anket sorğularının ümumiləşdirilmiş forması olaraq, həm də sifariş edən təşkilatların müvafiq qurumlarına verilir.

Problem haqqında öncədən sosiologiya elmində mövcud olan biliklər toplanılır, öyrənilir, qruplaşdırılır. Qruplaşma növləri aşağıdakılardan ibarətdir:

-kəşfiyyat xarakterli araşdırmalar- həlli nəzərdə tutulan problem üzrə ümumi empirik mülahizələrdən ibarət olan biliklərə aid edilir. Bu tip qrupa əsasən elmi əsərlərin azlığı, materialların kifayət qədər olmadığı araşdırmalar daxildir. Ona görə də, öncə mövcud biblioqrafik məlumatlar toplanılır, mütəxəssis-ekspertlərlə görüşlər, toplantılar keçirilir, təşkilatların və sorğuya cəlb edilməsi nəzərdə tutulan şəxslərin siyahıları tərtib edilir. Görüşlərin əsas məqsədi:

- həmin şəxslər haqqında olan məlumatların dəqiqliyini yoxlamaq;
- problem haqqında mövcud məlumatları toplamaq;
- ilk mülahizələrin cizgilərini hazırlamaq;
- kütləvi informasiya vasitələri, sosial şəbəkə sistemlərində öncədən kəşfiyyat, tanışlıq xarakterli müşahidələr aparmaq.

Bütün göstərilən işlərin yerinə yetirilməsində əsas məqsəd problemin, məqsədin, vəzifələrin və mövcud müşahidələrin, ehtimalların dəqiqləşdirilməsindən ibarətdir.

II. Təsviri araşdırma: problemin əsas xüsusiyyətlərinin keyfiyyət, kəmiyyət dərəcəsinə ciddi şəkildə təsir etmək. Bununla da, öncədən əlamətlər sisteminin dəyişilmə göstəricilərini təyin etmək, məsələn, ictimai fikri öyrənmək, nəticədə mövcud vəziyyətin xüsusiyyətlərini təsnifatlaşdırmaq mümkün olur.

III. Analitik - eksperimental araşdırma: sorğu, araşdırmalar sırasında ən çox yayılan tipdir. Burada öyrənilən problem üzrə biliklər tələb olunur. Əsas məqsəd qrupun adından göründüyü kimi, həyata keçirilən eksperimentlər nəticəsində analizlərin aparılması və nəticələrin əldə edilməsindən ibarətdir [Добренко, s.425-428].

Layihənin əsas metodlarından olan anketlərin tərtibi və sorğuların həyata keçirilməsi "pilot" xarakterli olaraq, iki hissədən - yoxlama və əsas işin tam yerinə yetirilməsindən ibarət olur [Садмен, s.5-18].

3.Sosioloji araşdırmanın təşkili

Sosioloji araşdırmanın təşkil edilməsinin ardıcılığı təxminən aşağıdakı pillələrdən ibarətdir:

1. Araşdırmaçılar kollektivinin seçilməsi, işçilərin dəqiq bölgüsü;

2. Anketlərin tərtibi, yoxlanılması, sorğunun keçirilməsinə cavabdeh mütəxəssislərin, yaxud da işçilərin təyin edilməsi;

3. Məlumat bazasının toplanılması işinin texnologlara tapşırılması;

4. İşçilərarası kommunikasiyaya cavabdeh şəxslərin seçilməsi;

5. İşin bütün dövrlərinin koordinatorlarının və vaxtının təyin edilməsi; təşkil edilən strukturlar arasında əlaqə formasının seçilməsi;

6. Hazırlanmış ümumiləşdirilmiş nəticələrin bütün formalarının - anketlər, qrafiklər, interaktiv cədvəllərin sifarişçiyə çatdırılma faktını dəqiqləşdirmək;

7. Sosial texnologiyaların reallaşmasında birbaşa iştirak edərək, sifarişçinin razılığı ilə praktik işlərə kənardan, yaxud birbaşa nəzarət etmək;

8. Sosioloji araşdırmalarda istifadə edilən metodlar anketlərin dəqiq tərtib edilməsi və sorğunun keçirilmə şərtlərini yerinə yetirməyə əsas kömək edən vasitədir [Андреенков, Маслова, s.119-135];

Belə ki, bu metodların mahiyyəti göstərilən xüsusiyyətlərindən ibarətdir:

- Seçilmiş üsulların reallaşması və layihələndirilməsinin üsullarının əsaslandırılması;

- İstifadə edilməsi nəzərdə tutulan metodlardan – sorğular, anketlər, arayışların seçilməsi;

- Bu formaların - anketin, sualların tərtibi dəqiqləşdirilməklə, sorğunun keçirilmə üsulları aydınlaşdırılır. Son illərdə sorğular həm də sosial şəbəkələr üzərindən aparılır. Əlbəttə canlı sorğu effekti verməsə də, müəyyən qədər məlumatlar əldə edib, ilkin analiz aparmaq mümkün olur.

Hər bir sosioloq araşdırmaya cəlb olunan predmetin iki tərəfi - qnoseoloji və predmet hissəsi ilə üzləşir. Konkret olaraq, qnoseoloji aspektdən problem mövcud elmi mülahizələrdə reallığın ziddiyyət təşkil etdiyi zaman meydana gəlir. Sosial ziddiyyətlərin üzə çıxarılması zamanı alternativ variantların tapılması və onlar arasındakı seçki problemin predmet tərəfini təşkil edir. Problemin həlli baxımından hər iki tərəfin qarşılıqlı hərəkətləri əhəmiyyət kəsb edir. [Быченко, 1998, s.48-50; Быченко, 1989, s.112-119].

Sosial problemlərin miqyası bir-birindən fərqli olur. Bəzi predmetlər yalnız kollektivlər, təşkilatlar daxilində baş verir; digəri isə kiçik sosial qrupları əhatə edərək regionlara, bölgələrə aid olurlar. Elə problemlər olur ki, ümumiyyətlə, bütün dünyanı əhatə edir [Афанасьев, s.330-339]. Məsələn, ən son yaşadığımız pandemiyanın bütün bəşəriyyəti əhatə etməsi, hələ də həlli görünməyən dünya miqyaslı sosial gərginliklərlə davam edir. Miqyasa uyğun araşdırma tipi təyin edilir - yəni ola bilər ki, qısa müddətdə hansısa bir kollektivdə yaranan problem, keçirilən sorğu nəticəsində dəqiqləşdirilərək və praktik olaraq, həyata keçirilsin; yaxud da, indiki pandemiya kimi, əsasən nəzəri cəhətdən və sosial şəbəkələr vasitəsilə sorğular keçirilsin, hələ ki, tətbiqi mümkün olmayan, yaxud da davam edən problemə çevrilsin.

Sosiologiyada alimlərin tərtib etdiyi sorğuların keçirilməsi metodlarının tətbiqi zamanı digər bir mühüm məsələ problemin səbəblərinin aydınlaşdırılmasıdır. Bunun üçün sosioloq əvvəlcə həqiqətən hansısa bir problemin olub-olmadığını öyrənməlidir [Папсона, s.25-28].

Xüsusi olaraq, qeyd etmək lazımdır ki, KİV və sosial şəbəkələrdən bəzi ölkələrdə bəlli sosial qrupların etirazlarının səbəblərinin kökündə bu cür "struktur dəyişikliyi" deyilən, əslində heç bir elmi əsası olmayan eksperimentlər, insanların həyatına qarşıqlıq, xaos gətirilməsi faktlarının get-gedə artması izlənilir. Halbuki, dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində bu cür qərarlar verilmədən öncə, əvvəlcə sosioloqlar çalışır, konkret sorğular keçirir, anketlər tərtib edir, sonra praktik olaraq işlərə başlanılır. Əgər ictimai sorğuda insanlar hansısa qəbul edilməsi nəzərdə tutulan qərarlara etiraz etsələr, onda bu işlərə yenidən baxılır, ya da ümumiyyətlə imtina edilir.

Beləliklə, anketlərin tərtibində suallar problem haqqında əsas və ikinci, daxili məsələlər barədə növbəli şəkildə yerləşdirilir. Şəxslər sorğuda iştirak edərkən özləri bu iki variant arasında seçim edirlər. Əsas suallara, ya da köməkçi suallara cavab verirlər; yəni informatorlar qarşısına qoyulan anketdə seçim olmalıdır [Ядов, s.400-410].

Problemin geniş ictimaiyyətə məlum olub-olmaması barədə olan sorğu öz-özlüyündə önəmli faktorlardan biridir. Xüsusilə, internetin geniş yayıldığı son onilliklərdə insanlar sürətlə öz problemlərini ictimai müzakirəyə çıxarmağa üstünlük verilir. Bununla da, ən kiçik məişət problemləri belə ictimailəşir. Əlbəttə, şəffaflıq baxımından bu prosesləri sürətləndirən hər cür media vasitələri olsa da, hər zaman təqdirəlayiq hesab edilmir. Probleminin həllinin maraqlı tərəfləri qalaraq, yenidən bürokratik pillələrdən keçmək lazım olur. Ona görə də, problemin ilk yarandığı vaxt sosioloji sorğunun keçirilməsi, zənnimizcə, araşdırmaya cəlb olunan problemin yeniliyi, yaxud vaxtaşırı təkrar olunması ilə bağlı sualın anketə yerləşdirilməsi həllinin tapılması, ən azından vaxt və şəraiti təyin edə bilər. Misal üçün, dünyanın bir çox arxiv idarələrində tez-tez təmirə bağlanan bölmələr və ya şöbələr, bəzən böyük binalarda yerləşən filiallar olur. Arxiv işçiləri ilə söhbət apardıqda, yaxud da rəhbərlik ilə yazışmalarda cavab demək olar ki, hər zaman eyni olur: təmir-bərpa işlərinin həyata keçirilməsi. Halbuki, müşahidələrimizə görə deyə bilərik ki, əsas işlər arxivlərdəki sənədlərin taleyi ilə daha çox əlaqəli olur. Belə ki, arxivşünaslıqda hər sənədin saxlanma müddətinin maksimal vaxtı, yaxud gizlilik qıfı ilə qorunan sənədlərin vaxtı çatdıqda çıxarılaraq, araşdırmalara təqdim etmək üçün hazırlama, yeni kadrların işlə tanışlığı və s. kimi daha həssas işlər zamanı arxivlər qısamüddətli çalışırlar.

4. Anketlərin tərtib edilməsi

Anketlərin tərtib edilməsinin, sorğuların həyata keçirilməsinin əsas məqsədlərini aşağıdakı kimi qeyd etmək lazımdır:

-nəzəri cəhətdən, hər hansı bir sosioloji problemin həllində araşdırmaçı - sosioloqun yanaşma prinsipləri və vasitələrini dəqiqləşdirmək;

-analiz etməklə problemin real vəziyyətini ümumiləşdirmək;

-müvafiq metodun seçilməsi;

-sorğularda əldə edilən bütün məlumatları məzmununa konstruktiv yanaşaraq, tətbiq etmə imkanlarının ən azı ehtimallarını, nəticələrini təyin etmək.

Nəticədə, demək olar ki, insan fəaliyyətinin bütün sahələrində həyata keçirilən sosioloji araşdırmalarda istifadə olunan anketlərlə sorğuların əhəmiyyəti və tətbiq sahələri lokanik olaraq, aşağıdakı sahələri əhatə etdiyini göstərmək olar:

-Maarifçilik: cəmiyyətin öyrənilməsi, problemlərin səbəblərini öyrənərək, onların aradan qaldırılmasının elmi əsaslarının hazırlanması ilə bərabər, anketlərin, sorğuların nəticəsində elmi mülahizələr yürütmək mümkün olur;

-Praktik: əldə edilən elmi mülahizələrin faktoloji materiallarını ədəbiyyatdan deyil, insanlardan toplandığına görə, həyata keçirməklə o qədər də böyük ziddiyyətlər yaranmır;

-Təbliğətçilik: sosioloqların əldə etdikləri nəticələrin tətbiq arealını lazımı gəldikdə, yeni miqyaslarda istifadə etmək üçün aparılan mütərəqqi işlərdən hesab olunur;

-Siyasi: ölkələrin siyasi quruluşu insanlarla, sosial qruplarla birbaşa bağlı olur. Hər zaman siyasi quruluşlardan narazı kütlələr mövcud olur. Onların qarşısını heç vaxt tam almaq mümkün olmasa da, sosial araşdırmalar vasitəsilə gündəmdə olan ən mühüm sosial tələbi üzə çıxarıb, həlli yollarını tapmaq, demək müəyyən dərəcədə sabillik əldə etmək mümkündür.

Sosiologiyada istifadə edilən anketləşdirmə, sorğu üsulları statistikada, jurnalistikada, pedaqogikada, tibbdə, hüquqi sahələrdə, psixologiyada, etnologiyada və digər elmi sahələrində mütəxəssislər tərəfindən istifadə edildiyindən, dəqiqlik, elmilik, məsuliyyət, rəspontendlərlə düzgün iş aparma böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bundan başqa, prosesin həyata keçirilməsində:

-təşkilati məsələlərdə dəqiqlik və sadəlik;

-maliyyə probleminin yaşanmaması;

-konkret, məzmunlu və standart formaların tərtib edilməsi;

-unikal vasitə olaraq, digər metodların tətbiqi zamanı əldə edilməsi mümkün olmayan effektivliyi əldə etmək;

-operativ olaraq, az vaxtda yerinə yetirilmənin mümkünlüyü;

-əldə edilən məlumatların texniki proqramlardan istifadə edərək, yararlılıq səviyyəsini yüksəltmək mümkündür.

Sorğu zamanı əldə edilən məlumatlar sual-cavab seçimi ilə həyata keçirildiyindən variantlar müxtəlif olur - şəxsi, yaxud digər vasitələrlə, yəni telefonla, hal-hazırda facebook, messenger, teleqram və digər sosial

şəbəkələr üzərindən şifahi, yaxud yazılı şəkildə, fərdi, yaxud qruplarla və s. Bu cür sorğuların keçirilməsində hal- hazırda daha çox test üsullarından, ənənəvi qısa suallardan (bu suallar daha çox konkretlik tələb edən yaşayış yeri, iş rejimi, ailə tərkibi və s. vəziyyətləri aydınlaşdırmaq üçün anketlərdə yerləşdirilir - Z.Ə.) ibarət olan anketlərdən ibarət olur.

Anketlər formalarına görə, cürbəcür: bütöv və nisbətən az suallarla; fərdi və qruplar arasında həyata keçirilmək üçün; kütləvi və ekspert xarakterli; şifahi və yazılı; qiyabi və əyani; bir və ya bir neçə dəfə keçirilən; standart və qeyri-standard növlərə ayrılır.

Beləliklə, anketlər sosiologiyada sorğuların yerləşdirildiyi metod, sənəd olaraq, kütləvi tirajla hazırlanır və təyin edilən qaydalara uyğun hazırlanır. Anketləri respondentlərə çatdırmanın bəzi üsulları günümüzdə geniş yayılıb. Bunlar əsasən şəxsən respondentlərə sualların doldurulması üçün çatdırılan və sonra təyin edilən vaxtda əməkdaşlar tərəfindən toplanılan; elektron portala göndərilən, KİV-lərdə və sosial şəbəkələrdə yayımlanan mətbuat, media xarakterli anketlərdən ibarət olur. Təşkilatlar üçün anketlərin doldurulması zamanı əməkdaşlar kömək edə bilər, yaxud heç qarışmaya bilərlər. Respondentlərə kömək yalnız sualların izahından ibarət ola bilər. Cavablandırma respondentlərin özünə aiddir.

Anketlərin titulunda, yaxud üz tərəfində, əgər sosioloq lazım bilirsə, sorğunu həyata keçirən təşkilatın adını, əsas məlumatların və problemin qısa seqmentini - məsələn "Bizim uşaqlar", "gənc ailələr" və s. qeyd edir. II hissə - girişdə respondentləri maraqlandırmaq üçün sorğunun məqsəd və vəzifələri, həmçinin anketi düzgün doldurma qaydalarını yazır. Bu hissədə xüsusi olaraq, cavabların qısa, dəqiq olması, sorğunun anonim olması barədə məlumat yazılır. Məzmun hissəsində sadədən mürəkkəbə doğru suallar yerləşdirilir. Sona doğru yenidən suallar sadəyə doğru geri dönüş şəklində öz yerini tapır. Nəticədə, III hissədə - respondentin, yəni sualları cavablandıran şəxsin cinsi, yaşı, təhsili və digər məlumatlara yer verilir. Anketin sonuncu hissəsində sorğuda iştirak etdiyi üçün şəxsə təşəkkür edilir.

Bu cür anketlərdə hər hissə önəmli olsa da, məqsədə çatmaq üçün II – məzmun hissəsindəki suallar nisbətən böyük əhəmiyyət kəsb edir, yəni sualların düzgün tərtibatından araşdırmanın nəticələri birbaşa əlaqəlidir. Bu sualların düzgünlüyü nəticəsində problem üzrə mövcud faktlar, respondentin məlumatlılığı, problemin motivləri və s. üzə çıxarılır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, sosiologiya elminin metodlarına görə, sorğuya daxil edilən suallar: əsas, kontrol - nəzarət, problemin üzə çıxarılmasına xidmət edə biləcək şəkildə hissələrə bölünür. Suallar psixoloji təsir dairəsinə görə:

- konkret: məsələn gənclərin münasibətlərinin qurulması üçün şəxsin özü haqqında məlumatlar;

-buffer: yəni respondentin diqqətinin bir mövzudan digərinə keçməsi üçün azacıq dincəlmə, preambula xarakterli suallar;

-birbaşa: problemlə bağlı münasibəti üzə çıxaran suallar;

-respondentin problemi üzrə şəxsi mövqeyinin öyrənilməsi üçün burada şəxslərin bütün tənqidi münasibətləri aydınlaşdırılmasına xidmət edən suallar qruplara bölünür.

Anketdəki suallar açıq, qapalı, yarıqapalı verilir. Açıq sualların qarşısında müəyyən sətirlərdə xətlər göstərilir. Respondent bu sətirləri doldurmalıdır. Qapalı sualların cavablarının bir neçə variantı sorğunu keçirilənlər tərəfindən göstərilir. Bu zaman şəxs bir və ya bir neçə variantı seçə bilər. Yarıqapalı sualın hazır cavabları var. Respondent ya onlardan birini seçir, ya öz variantını yenidən yazıb əlavə edir.

Anketlərin tərtib edilməsində şriftə aid olan - ölçü, rəng, stil müəyyən rol oynayır.

5.Gənclər arasında keçirilən sorğu

Gənclər arasında keçirilən sorğunun xüsusi növü “ekspert sorğusu” adlanır; yəni toplanmış anketlərdəki əldə edilən nəticələrin tanınmış ekspertlər tərəfindən qiymətləndirilməsi. Bu metodu sosioloqlar sorğuların uğurlu keçirilməsi üçün ya işin əvvəlində sualların tərtib edilməsi zamanı, ya da son məqamda - artıq sona çatdırılmış, toplanmış, formalaşdırılmış məlumat bazasının yoxlanılması zamanı nəzarət etmə üçün istifadə edirlər. Bu metodun həyata keçirilməsində məqsəd sorğuların keçirilməsinin elmiliyini təmin etməkdir. Ekspertlərin seçilməsinin metodları:

-sosial demoqrafik məlumatların öyrənilməsi əsasında;

-testlər vasitəsilə; burada fərq ondan ibarətdir ki, öz işinin professionalı olan mütəxəssislər hər sosial sorğuyla əlaqəli koordinatorluğa əsasən razı olurlar. Burada meyar məhz ixtisasa uyğun olmaqdır;

-ekspertlər haqqında məlumatlar çalışdıqları kollektivlərin rəhbərliyinin rəyi, yaxud eyni ixtisas üzrə mütəxəssislər arasında aparılan qapalı sorğu nəticəsində əldə edilir.

Bütün hallarda, ekspertlərin qiymətləndirilməsindən yararlanan anketlərin nəticəsi ən perspektivli metod hesab olunur.

Anketlərin məlumatlarının analizi zamanı əvvəlki illərdə aşkar edilən hadisələri və ya münasibətlərin öyrənilməsi, analizi aparılan bəzi nəticələrin, hesabatlarda çıxan sənədlərin və s. yararlı olması diqqətdə saxlanılır.

6.Nəticə

Beləliklə, sosioloji tədqiqatlarda tətbiq edilən anketlər və sorğuların keçirilməsi cəmiyyətdə baş verən sosial prosesləri anlamaq, qavramaq, dərk etmək üçün mühüm vasitələrdən olsa da, nəticələri tam dəqiq, səhsiz, qərərsiz hesab etmək olmaz. Amma əldə edilən məlumatlar mənbə qismində cəmiyyətdə baş verən hadisələri, münasibətləri anlamaq baxımından lazımdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Добренъков, В. И., & Кравченко А. И. (2012). *Методы социологического исследования*. Москва: ИНФРА-М. 768 с.
2. Садмен, С., & Брэдбери, Н. (2002). *Как правильно задавать вопросы: введение в проектирование массовых обследований*. (пер. с англ. Виницкой, А. А., научн. ред. перевода Рогозин, Д. М.). Москва: Институт Фонда «Общественное мнение», 382 с.
3. (1990). *Методы сбора и анализа информации в социологических исследованиях. Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент*. (Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова). Москва: Наука. 224 с.
4. Бутенко, И. А. (1998). *Организация прикладного социологического исследования*. Москва: Тривола, 228 с.
5. Бутенко, И. А. (1989). *Анкетный опрос как общение социолога с респондентами: Учеб. пособие для студентов и аспирантов вузов*. Москва: Высшая школа, 175 с.
6. Афанасьев, В. Г. (1994). *Социальная интерпретация*. Москва: Политиздат, 407 с.
7. (1972). *Американская социология. Перспектива проблемы, методы*. (Под общей ред. Парсона, Т.). Москва: Прогресс, 392 с.
8. Ядов, В.А. (2007). *Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание и социальной реальности*. (3-е изд., испр.) Москва: Омега-Л., 567 с.

О методах создания анкет и проведения опросов в социологии

Захид Алиев*

Абстракт. В последние десятилетия, учитывая определенные требования населения, проведение опросов и составление анкет приобрело популярность. Но наряду с применением таких методов в социологической науке имеются определенные ограничения.

Социальные сети, благодаря которым молодое поколение и граждане среднего возраста узнают о новостях, происходящих в обществе, не повлияло на методику использования таких анкет и опросов. В

* Диссертант Института философии и социологии НАНА,
Заведующий и преподаватель отдела «Социальной психологии» Международной академии развития образования и науки; Баку, Азербайджан
E-mail: zahidaliyev061@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7340-2962>

Цитировать статью: Алиев, З. [2023]. О методах создания анкет и проведения опросов в социологии. *Журнал «Metafizika»*, 6(4), с.139-149.

История статьи:

Статья поступила в редакцию: 23.09.2023

Отправлена на доработку: 26.10.2023

Принята для печати: 01.12.2023

некоторых средствах информации ныне такая методика опроса остается незаменимой.

Хотя анкеты и опросы, используемые в социологических исследованиях, являются важным инструментом понимания и восприятия социальных процессов, происходящих в обществе, полученные результаты не всегда следует считать полностью точными, безошибочными и объективными. Но такая информация, полученная в качестве источника, очень ценна и актуальна с точки зрения понимания событий и взаимоотношений в обществе.

Ключевые слова: составление анкеты, вопросы опроса, документы, виды исследований

About the methods of creating questionnaires and conducting surveys in sociology

Zahid Aliyev*

Abstract. When there is a demand among the population, the methods of conducting social surveys, such as drawing up questionnaires and conducting surveys, have been used for many decades. At the same time, there are certain limitations in the application of these methods in sociological science. In recent decades, the emergence of social networks, activities of young people and middle-aged people in society, mainly from these platforms, have not been completely destroyed by questionnaires and surveys. On the contrary, the same format is used in questionnaire surveys conducted in some media channels.

Although questionnaires and surveys used in sociological research are an important instrument of understanding, perception and understanding of social processes occurring in society, the results obtained cannot be considered completely accurate, error-free and objective. But the information received as a source is very valuable and relevant from the point of view of understanding events and relationships in society.

Keywords: compilation of questionnaires, survey questions, documents, types of research

* Dissertation candidate of the Institute of Philosophy and Sociology of ANAS, Lecturer, and head of the Department of Social Psychology of the International Academy for the Development of Education and Science; Baku Azerbaijan
E-mail: zahidaliyev061@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7340-2962>
To cite this article: Aliyev, Z. [2023]. About the methods of creating questionnaires and conducting surveys in sociology. *"Metafizika" journal*, 6(4), pp.139-149.

Article history:
Received: 23.09.2023
Accepted: 01.12.2023

REFERENCES

1. Dobrenkov, V. I., & Kravchenko A. I. (2012). *Methods of sociological research*. Moscow: INFRA-M. 768 p. (in Russian)
2. Sadmen, S., & Bradbury, H. (2002). *How to correctly ask questions: an introduction to the design of mass surveys*. (trans. Vinitskoy, A. A., scientific editor. translation Rogozin, D. M.). Moscow: Institute of the Foundation "Public Opinion", 382 p. (in Russian)
3. (1990). *Methods of collecting and analyzing information in sociological studies. No. 2. Organizational and methodological problems of the survey. Document analysis. Observation. Experiment*. (ed. by Andreenkov, V.G. & Maslova, O.M.). Moscow: Nauka. 224 p. (in Russian)
4. Butenko, I. A. (1998). *Organization of applied sociological research*. Moscow: Trivola, 228 p. (in Russian)
5. Butenko, I. A. (1989). *Questionnaire survey as communication of a sociologist with respondents: Study guide for students and graduate students*. Moscow: High School, 175 p. (in Russian)
6. Afanasyev, V. G. (1994). *Social interpretation*. Moscow: Politizdat, 407 c.
7. (1972). *American sociology. Perspective problems, methods*. (Under general editor. Parson, T.). Moscow: Progress, 392 p. (in Russian)
8. Yadov, V. A. (2007). *Strategy of sociological research. Description, explanation, understanding and social reality*. (3rd ed.) Moscow: Omega-L, 567 p. (in Russian)